

Revista Latino-Americana de Inovação e Engenharia de Produção

A importância da inovação aplicada ao agronegócio: uma revisão

The importance of innovation applied to agribusiness: a review

Pedro Vieira Souza Santos¹

Maurílio Arruda de Araújo²

RESUMO: O agronegócio brasileiro tem como desafio, evoluir de forma competitiva e, principalmente, sustentável, com o objetivo de atender a demanda interna, conquistar e manter espaço no mercado interno e externo. Uma estratégia viável para isto é por meio do fornecimento de produtos e de processos com um nível desejável de qualidade e com preços atrativos. Assim, a capacidade que as organizações possuem em inovar apresenta-se como um fator fundamental para manutenção das estratégias de negócio nos novos modelos de operações. Dessa forma o presente artigo teve como objetivo tratar da importância da inovação e suas contribuições para o setor específico do agronegócio. A partir das evidências teóricas citadas neste estudo, nota-se que, atualmente, o mercado exige dos setores a melhoria contínua de seus processos e produtos, sendo considerado fator fundamental para assegurar a sobrevivência e a participação efetiva dos produtores rurais em toda cadeia produtiva.

Palavras-chave: Agronegócio. Inovação. Vale do São Francisco.

ABSTRACT: Brazilian agribusiness has as a challenge, to evolve in a competitive and, mainly, sustainable way, with the objective of meeting domestic demand, conquering and maintaining space in the domestic and foreign markets, through the supply of products and processes with a desirable level of Quality and attractive prices. Thus, the ability of organizations to innovate presents itself as a fundamental factor for the maintenance of business strategies in the new models of operations. Therefore, the objective of this article was to discuss the importance of innovation and its contributions to the specific agribusiness sector. From the theoretical evidence cited in this study, it is noted that, currently, the market requires the sectors to continuously improve their processes and products, being considered a fundamental factor to ensure the survival and effective participation of rural producers in the entire production chain.

Keywords: Agribusiness. Innovation. Valley of the São Francisco.

¹ Graduando em Engenharia de Produção, UNIVASF, Universidade Federal do Vale do São Francisco, Colegiado de Engenharia de Produção, Juazeiro-BA / Brasil. E-mail: pedrovieirass@hotmail.com

² Mestre em Administração e Desenvolvimento Rural, UNINASSAU, Faculdade Maurício de Nassau, em que desempenha suas funções profissionais de professor executor, departamento de Ciências Contábeis, Recife-PE/Brasil. E-mail: maurilioarruda@hotmail.com.

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, o Brasil é identificado como uma potência no setor do agronegócio, sendo um dos principais exportadores mundiais de frutas frescas, suco de laranja, açúcar, etanol, derivados de soja, café e outros itens.

Tal destaque no mercado mundial vem sendo percebido por causa das estruturas diferenciadas que foram encontradas no País, onde, fatores como o bom nível de transformação da matéria-prima e disponibilidade de ambientes produtivos adequados. Além disso, a adoção de tecnologia de ponta utilizada também reflete no processo produtivo, resultando no aumento da rentabilidade dos negócios.

Porém, o agronegócio brasileiro tem como desafio, evoluir de forma competitiva e, principalmente, sustentável, com o objetivo de atender a demanda interna, conquistar e manter espaço no mercado externo, por meio do fornecimento de produtos e de processos com qualidade, com preços atrativos.

Entretanto, apesar de todo o crescimento que vem ocorrendo ultimamente, o setor ainda possui algumas deficiências e limitações, como captar recursos financeiros para investir em tecnologia e inovação por meio da iniciativa privada ou receber incentivos governamentais em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D), para melhoria do desempenho produtivo.

Neste cenário, a capacidade que as organizações possuem em inovar apresenta-se como um fator fundamental para manutenção das estratégias de negócios, e nos novos modelos de operações, assim como para o desenvolvimento econômico e social de diversos países (CAMPOS, CARIO, NICOLAU, & VARGAS, 2003; LEMOS, 2003; PITASSI, 2012; EFRAT, 2014 apud MARQUES et al. 2014).

Diante dessa ótica, Hage (1999), reforça o conceito da inovação associada, basicamente, à aplicação de novas ideias e conhecimentos sobre produtos, processos, serviços e procedimentos considerados novos para a organização.

Na prática, nota-se a grande preocupação por ações e/ou ideias que reduzam gargalos existentes nesse âmbito, como as limitações logísticas, responsáveis pela infraestrutura adequada para a movimentação dos produtos que são produzidos no campo até o cliente final, estruturas de armazenamento de produto limitadas entre outros.

Assim, o presente artigo tem por objetivo tratar da importância da inovação e suas contribuições para o setor específico do agronegócio, observando como o tema é discutido na literatura. A pesquisa justifica-se pelo fato de haver grandes limitações nas regiões onde se

tem o setor do agronegócio como base da economia local e que apresentam dificuldades para o desenvolvimento deste setor, sendo identificadas pela carência de novos estudos que discutam e tratem da difusão de ações inovadoras, que as ideias a partir do conhecimento prévio, revertam em boas práticas e resultados concretos.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Agronegócio

O agronegócio é considerado como um dos propulsores da economia nacional, expressando valores significativos em relação a sua participação no mercado no que diz respeito ao número elevado de empregos gerados pelo setor, refletindo diretamente na renda. Esse histórico referente ao desempenho desse setor se perpetua ao longo do tempo positivamente, de acordo com os registros, sendo esses, expressos nas formas quantitativas ou/e qualitativas, evidenciando assim, a importância do agronegócio na esfera global, superando até o setor industrial no que diz respeito à capacidade média produtiva, devido a sua dinâmica e participação na economia (COSTA, 2006).

Para Bacha (2000 apud PACHECO et al. 2012), ao definir o termo agronegócio, pode-se associar ao princípio de cadeia produtiva, apresentando atividades e/ou operações relacionadas entre si. Assim, a agricultura não está mais restrita a barreiras físicas da propriedade. Assim, continuamente, está mais dependente de insumos oriundos de fora da fazenda. Além disso, as estratégias de produção relacionam-se estreitamente ao mercado consumidor, envolvendo nesse processo o agricultor, para uma constante conciliação entre quantidades e preços.

Buainain et al. (2014) acrescenta que o setor do agronegócio apresenta uma característica peculiar aos demais, sendo esta composta por fatores como: sazonalidade, perecibilidade e heterogeneidade. A partir desses fatores, alguns investimentos vêm sendo realizados em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) pelas organizações públicas e privadas que atuam nesse segmento para atender a necessidades específicas do setor.

Nesse sentido, as diversas inovações que foram implementadas no ramo de distribuição de suprimentos, armazenamento, processamento e distribuição dos produtos agrícolas, ocorreram após esses investimentos (PORTAL GESTÃO NO CAMPO, 2014).

2.2 Inovação

Com o crescimento do mercado, Fagerberg et al. (2013) citam o fato de que as empresas deveriam adotar investimentos direcionados a pesquisa e desenvolvimento de novos produtos/serviços com o intuito de manterem-se competitivas e atrair novos consumidores. Para os autores, a inovação se torna cada vez mais vista como fator de importância do ponto de vista social e econômico.

Tal percepção, para Morschel et al. (2013) é identificada a partir das mudanças que ocorrem no cenário social e econômico, tendo em vista que estas acarretam na forma como as organizações buscam novas maneiras de manterem-se ativas no mercado que atuam.

Logo, na visão de Fossas-Olalla et al. (2015), as inovações têm aberto espaço na economia, ganhando visibilidade e tornando algo atrativo para organizações que almejam a manutenção da competitividade.

Garcia (2007) conclui que a inovação tem seu conceito ligado à capacidade das organizações de produzirem soluções criativas, mas também que atendam às necessidades dos consumidores. Ainda, “a inovação pode também melhorar o desempenho da empresa, pois ela faz aumentar sua capacidade de inovar” (OCDE, 2005, p. 37).

Para Schumpeter (1988), a inovação pode ser considerada como um processo que tem seu início a partir de uma ideia e se desenvolve até chegar ao mercado e, com isso, modificar a economia. De acordo com o autor, há diferentes tipos de inovação, entre elas: inovações de produto, inovações de processo, inovações organizacionais e inovações de marketing.

Por outro lado, existem também as inovações direcionadas aos setores em particular, como o agronegócio. Carvalho, Salles-Filho e Paulino (2006) citam, como exemplo, as fontes privadas de organizações industriais de mercado, assim como as vinculadas à agroindústria, entre outras. Assim, para que haja abertura para prática da inovação de fato, deve haver, consecutivamente o desenvolvimento de novas tecnologias e o esforço para que cheguem ao mercado.

Sendo assim, é interessante enfatizar a importância de distinguir invenção de inovação, uma vez que a primeira se refere à formalização de um processo, técnica ou produto inédito, onde, por outro lado entende-se que a inovação é a real aplicação prática de uma invenção, ou seja, a introdução e/ou comercialização no mercado (TIGRE, 2006).

Segundo Tidd, Bessant e Pavitt (2005) as mudanças tecnológicas podem ser classificadas como incrementais, quando se realizam melhorias constantes em tecnologias que já estão ofertadas no mercado, e radicais, quando se tem a introdução de novos produtos e/ou processos inéditos no mercado, evidenciando um maior impacto mercadológico em relação à incremental.

Contudo, Junior et al. (2009) afirma que a inovação deve ser notada como sendo um processo contínuo que envolve a disposição de recursos, sendo esses de natureza financeira, material e intelectual.

2.3 A inovação no ambiente organizacional

No ambiente de negócios, a inovação se tornou uma fonte para o alcance da competitividade organizacional (OLIVEIRA; CÂNDIDO, 2008). Vale ressaltar que “empresas que investem em projetos de inovação tendem a obter melhores resultados ao longo do tempo, segundo estudos empíricos internacionais; além disso, acompanham com maior propriedade as mudanças dinâmicas do mercado” (AQUINO et al., 2015, p. 1).

Entretanto, a inovação “requer novas formas de atuação, devendo as empresas, dentre outros, inovarem em suas formas de atuação no mercado, a exemplo de práticas comerciais inovadoras, para obter uma posição sustentável no Mercado” (OLIVEIRA; CÂNDIDO, 2008, p. 3).

Por outro lado, algumas empresas possuem projetos de inovação bem definidos, envolvendo a criação e a introdução de um novo produto, e outras realizam melhoramentos contínuos nos produtos, processos e operações (OCDE, 2005).

Para Oliveira e Cândido (2008), se as empresas buscam de fato ser inovadoras, é preciso, antes de tudo, definir claramente as políticas internas e facilitar o desenvolvimento de um ambiente que estimule as práticas inovadoras.

3. METODOLOGIA

Para chegar aos resultados, esse estudo utilizou-se do levantamento bibliográfico, onde foram consultados periódicos e anais de eventos ligados ao tema, onde se realizou uma análise exploratória de revisão da literatura, sendo esse estudo de natureza qualitativa. A coleta de dados foi realizada entre o mês de outubro de 2016 e Janeiro de 2017.

Para Marconi e Lakatos (2007), o levantamento bibliográfico possui grande importância, pois, permite ao pesquisador aplicar estudos realizados anteriormente por outros teóricos buscando localizar-se no campo da pesquisa desejado.

Em relação à natureza dessa pesquisa, Creswell (2007) conceitua que a pesquisa qualitativa trata-se de uma investigação de diferentes concepções, podendo ser estas: filosóficas; estratégias de investigação; levantamento bibliográfico; ou mesmo métodos de coleta, análise e interpretação dos dados coletados.

As diferentes abordagens metodológicas no âmbito qualitativo levaram esse estudo adotar a pesquisa bibliográfica como instrumento de coleta de dados, pois para Gil (2002, p. 44) esse método pode ser desenvolvido “com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”. Assim sendo, classifica-se a elaboração deste artigo em três fases, sendo elas: (1) Levantamento bibliográfico; (2) Leitura e análise dos artigos; (3) Apresentação dos resultados obtidos.

É importante ressaltar que este trabalho contempla um levantamento de dados sobre a quantidade de trabalhos publicados, majoritariamente, nos últimos dez anos. Para a coleta dos dados também foram realizadas pesquisas nos periódicos CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento do Ensino Superior), o que se justifica devido à sua grande abrangência e facilidade de acesso à maioria dos pesquisadores. É importante ressaltar que a procura por artigos nos periódicos foi facilitada pela utilização da plataforma “Periódicos” disponível para pesquisas acadêmicas por meio do site da instituição CAPES.

Além disso, foram considerados artigos publicados em Congressos e Simpósios nacionais de Engenharia de Produção. Para a busca de artigos alinhados com o tema desta pesquisa, foram definidas as seguintes palavras-chave: “Inovação”, “Agronegócio”, “*Innovation*”, “*Agribusiness*”. Essas palavras-chave foram utilizadas em todos os bancos de dados definidos, resultando no portfólio bibliográfico. Foram selecionados 26 artigos que fazem uma abordagem com o assunto de inovação no agronegócio.

3.1 Etapas da pesquisa

Em suma, as etapas do presente trabalho, para a realização da pesquisa bibliográfica sistemática encontram-se apresentadas na Figura 1.

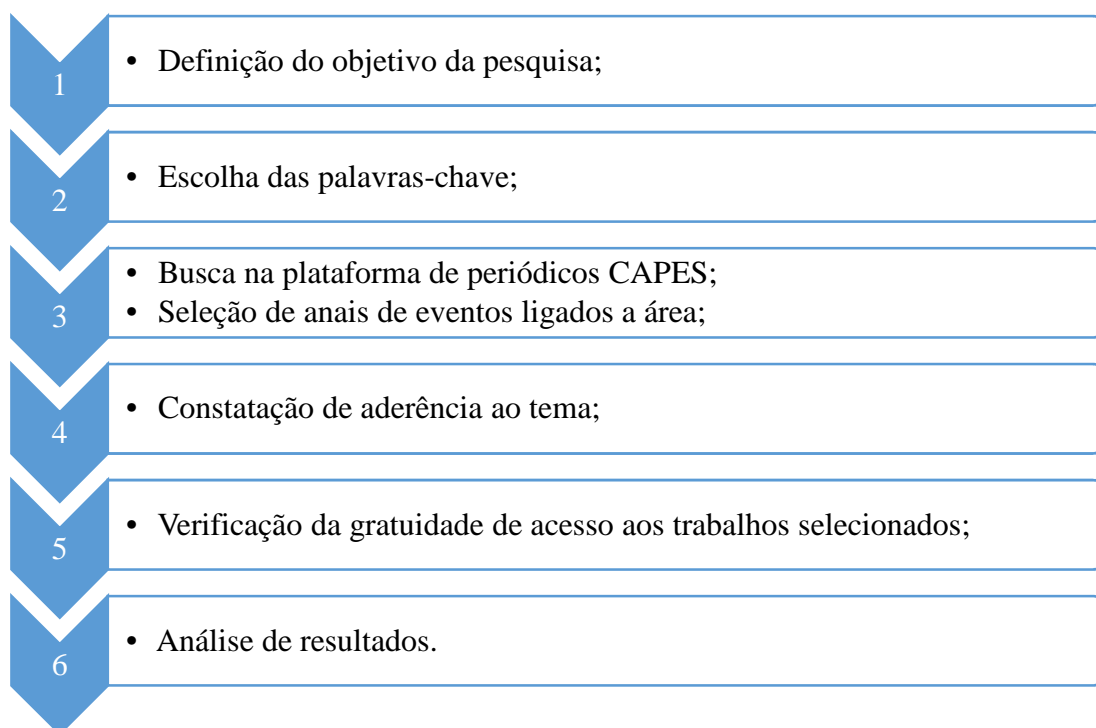


Figura 1 – Etapas da pesquisa
Fonte: Elaborado pelo autor

Para os 29 artigos remanescentes, realizou-se a leitura completa do corpo do texto. Com o intuito de excluir artigos que não contemplavam o escopo desse estudo, foram utilizados critérios de eliminação, tais como: Pesquisas de revisão da literatura com comparação de conceitos ou sem aplicabilidade.

Uma pesquisa foi eliminada por possuir corpo do artigo em italiano e outras 2 pelos critérios citados anteriormente, onde nos títulos e resumos não estavam explícitos a abordagem do tema, sendo possível esta identificação após a leitura do texto completo. Os resultados e discussões das 26 pesquisas analisadas (entre artigos científicos, dissertações e publicações em revistas) serão apresentados na próxima seção.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O setor do agronegócio, por envolver diversos agentes e/ou segmentos na execução dos negócios, exerce papel fundamental para alavancar a economia local, pois os efeitos de tais relações não se limitam ao mercado específico que atua, ou seja, produção de alimentos, mas agrega valor a cadeia produtiva a partir da participação desses atores que agem desde a obtenção de insumos até a disposição final do produto acabado.

Para Santos e Filho (2016), no âmbito Nacional, o agronegócio exerce papel essencial no crescimento econômico ampliado, pois os efeitos de transbordamento não se limitam ao próprio mercado de produção de alimentos, mas envolvem outros agentes e processos, desde a obtenção dos insumos até a disposição final do produto.

A conjuntura na qual o agronegócio atua, direciona ações para que as empresas nesse ramo sejam capazes de inovar, de forma contínua e duradoura, para se ter a capacidade de acompanhar o dinamismo do mercado.

Por consequência, o que se tem observado nesta temática, de acordo com Gasques et al. (2004) é que, com as modificações sofridas pelo mercado, isto traga como resultado a busca por tecnologias e melhoria contínua nos processos produtivos, representados por produtos mais elaborados.

4.1 Limitações do segmento

Apesar de ser um setor amplamente sólido, do ponto de vista econômico e social, o agronegócio tem suas limitações; barreiras essas que fazem com que haja grande empenho por parte dos atores desse segmento para manterem-se competitivos através da inovação.

Do ponto de vista “fora da porteira”, onde envolve a armazenagem e distribuição de produtos, incluindo a logística do setor, há diversos gargalos que afetam diretamente o produtor, tais como políticas governamentais, sazonalidade e economia local.

Logo, surge, a necessidade de investir na identificação de outras ferramentas e/ou metodologias que reflitam no aumento da margem de lucro, uma vez que os aumentos em produtividade não se mostram suficientes para tal objetivo. Oliveira e Sperse (2010) completam afirmando que para obter produtos diferenciados do ponto de vista da inovação, é necessário antes atender as exigências impostas do mercado e, assim, obter maior representatividade no mercado que atua.

Outro detalhe importante trata da pouca execução das atividades de Pesquisa & Desenvolvimento (P&D) nas empresas de pequeno porte. O que faz com que busquem inovar de modo alternativo. Dantas et al. (2016, p.3) afirma que “a principal fonte de conhecimento destas empresas repousa naquele adquirido ao longo da existência da própria empresa e do ramo de atividade em que se insere, tornando seu processo de inovação imprevisível e difícil de gerenciar”.

Fato este, reforçado pelo comportamento do “mercado empresarial está cada vez mais competitivo. Os concorrentes estão bem preparados e os clientes são cada vez mais exigentes.

Dentro desse contexto, a inovação aparece como uma ferramenta para obtenção de vantagens competitivas” (DESCHAMPS; NAYAK, 1996 apud MARTINS; PLONSKI; ALVES, 2013, p. 5).

4.2 Agronegócio e inovação: relação

O setor do agronegócio passa por modificações constantes com o intuito de aumentar sua produtividade e competitividade, assim como atender as exigências do consumidor, cada vez mais exigente. O resultado é o estímulo a inovações que suportem a velocidade dessas transformações.

Jansen e Vellema (2004) ratificam que na prática, os mercados ditos globalizados induzem o setor a almejar novas opções tecnológicas para incorporarem na produção e comércio e, com isso, reduzir custos inerentes ao setor. Bessant e Pavitt (2008) identificam que o significado de inovação está relacionado a uma nova ideia ou prática adotada em processos ou áreas da organização que tenha gerado algum valor positivo para empresa.

Em relação às commodities, a maioria das organizações procura competir no setor por baixo custo. Este fato acarreta necessidade de buscar novas combinações para aumentar a produção. No entanto, esse mecanismo de mudança com o objetivo de gerar vantagem competitiva para as empresas pode ser considerado uma inovação (SCHUMPETER, 1982; CRUZ; MEDEIROS; RIBEIRO, 2012 apud BITTENCOURT et al. 2016).

Segundo Engel, Blackwell e Miniard (2000), a inovação é a maneira com que uma organização pode evoluir, seja como resposta às mudanças e demandas do seu ambiente, seja como uma ação preventiva para influenciá-lo. A partir dessa observação, Schumpeter (1961) considera que a inovação se trata de uma ideia ou produto visto pelo cliente como algo que apresenta valor econômico. Portanto, entende-se que o processo de inovação está relacionado com a busca e descoberta de novos produtos, de novos processos de produção e de novas formas organizacionais (DOSI, 1988 apud BITTENCOURT et al. 2016).

4.3 Importância da inovação nos setores

A partir das referências acima abordadas até este ponto, percebe-se que inovação está intimamente associada com a criatividade. Somado a este fato, Severo e Silva (2006)

salientam a existência da relação entre o processo de criações do tipo inovadoras e o grau de administração do projeto.

Basicamente, o conceito de inovação é definido como sendo “um processo com diversas etapas em que as ideias são transformadas em produtos, serviços ou processos, novos/melhorados, com a finalidade de avançar, competir e diferenciar-se com sucesso em seu mercado” (BAREGHEH; ROWLEY; SAMBROOK, 2009 apud BUCHELE et al. 2017, p.2).

Contudo, a partir da análise da literatura, pode-se afirmar que para uma empresa inovar é extremamente importante que a mesma tenha consciência do seu papel e onde deve buscar melhorar, assim como onde poderá inovar (e qual o tipo de inovação), além de bem definir a sua missão, sua visão e seus valores.

AGUIAR et al. (2016), citando o trabalho feito por Dosi (1988), classifica a inovação dos setores industriais de acordo com suas origens tecnológicas. Nesse estudo ele identificou quatro grandes grupos: (1) setores que são dominados por fornecedores, (2) setores de escala intensiva, (3) setores de fornecedores especializados e (4) setores baseados em ciência.

Setores onde os fornecedores são imprescindíveis, como o agronegócio, incluem empresas de fabricação tradicionais, como indústrias têxteis e agricultura, dependem de fontes externas de inovação para o setor (PAVITT, 1984 apud MACULAN, 2005).

Ainda segundo Maculan (2005), citando Pavitt (1984), setores de escala intensiva são caracterizados principalmente por possuírem grandes empresas produtoras de materiais básicos e bens de consumo, como a automobilística. Essas empresas têm suas fontes de inovação internas e externas, com um nível médio de apropriação. Setores de fornecedores especializados, por sua vez, são menores se comparado aos outros, e suas empresas têm o foco de produzir tecnologia e inovação para vender a outras, existindo assim um alto grau de apropriabilidade.

Por fim, os setores baseados em ciência possuem empresas de alta tecnologia, que dependem de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) de fontes internas, externas e de pesquisas acadêmicas. As empresas desse setor visam o desenvolvimento de novos produtos e/ou processos e possuem alto grau de apropriação (MACULAN, 2005).

4.4 Estudos direcionados

A utilização de estudos de casos com a finalidade de obter informações e verificar proposições é muito válida para o setor do agronegócio, tendo em vista a dificuldade na definição, tratamento, organização e divulgação de informações pelo país (BATALHA; CHAVES; SOUZA FILHO, 2009).

De acordo com os autores, isso pode ocorrer em consequência da falta de tradição do Brasil na área, pela ausência de continuidade das pesquisas ou mesmo problemas enfrentados na utilização de diferentes metodologias para o levantamento e tratamento de dados. Batalha, Chaves e Souza Filho (2009) tiveram, em seu trabalho, a oportunidade de mensurar e qualificar os gastos públicos voltados à produção agropecuária, o que reflete a carência deste setor por financiamento de seus projetos e ações para desenvolver-se.

Tais dados coletados e interpretados por eles, deram início à criação de uma descrição detalhada dos gastos de Ciência, Tecnologia e Inovação (CT&I) voltados a produção de insumos e a produção agropecuária propriamente dita (BATALHA; CHAVES; SOUZA FILHO, 2009).

Os seus estudos mostraram que a Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA) teve papel fundamental no desenvolvimento de CT&I voltado a produção no campo do país (BATALHA; CHAVES; SOUZA FILHO, 2009). Os pesquisadores também citaram que os segmentos que mais receberam investimentos públicos para pesquisa foram diversos, tais como os sistemas sustentáveis, recursos ambientais, sistemas de produção e manejo de solo, controle biológico, pragas, biotecnologia e melhoramento genético.

Os investimentos de origem pública de acordo com Mollo, Vendrametto e Okano (2009), surgiram com o objetivo de auxiliar o crescimento das produções agrícolas nacionais, salientando a importância do aparato tecnológico.

O estudo feito pelos autores discutiu sobre pesquisas e desenvolvimentos em Tecnologias da Informação (TI) que trouxeram ações inovadoras, relacionadas à aquisição de conhecimento, acesso e poder de processamento de um grande volume de dados.

A tratativa das ferramentas foi o que guiou a pesquisa de Mollo, Vendrametto e Okano (2009), porém estes concluíram que os atores do agronegócio ao aumentarem seus esforços em P&D, e que conseguirão lidar de maneira simplificada com desafios técnicos e de negócios. São investimentos que levarão à concepção de ferramentas otimizadas e mais

especializadas, tendo como base a inovação tecnológica, além de melhorar a adaptação de novos procedimentos aos processos tradicionais (AGUIAR et al. 2016).

Wilkinson (2010) discute em seu estudo, transformações e perspectivas dos agronegócios brasileiros a partir de uma mudança no cenário mundial. O autor ainda menciona que a competitividade nacional e internacional do agronegócio está estreitamente norteadas pelos conhecimentos de P&D dos envolvidos.

Nesse caso, um ator chave nesse processo é o agricultor, que ao promover a agricultura familiar, vem evoluindo e modernizando em paralelo ao agronegócio. Guanzioli, Buainain e Sabbato (2012) percebendo essa importância da agricultura familiar para o agronegócio brasileiro, resolveram analisar os resultados dos censos entre os anos de 1996 e 2006 para medir a evolução do setor no país.

Ao analisar e comparar os censos, os autores perceberam que ao longo desses 10 anos a agricultura familiar se manteve como um segmento importante que compõe o agronegócio nacional:

Pode-se dizer, portanto, que a agricultura familiar participou de alguma forma do boom do agronegócio nos 2000 e também preservou seu papel de produtora comercial de produtos de consumo doméstico (GUANZIROLI; BUAINAIN; SABBATO, 2012, p.360).

Ainda de acordo com os autores, do ponto de vista tecnológico, notou-se que nesse período de dez anos, um avanço importante no emprego de tração animal e mecânica, o que impõe a acreditar que os investimentos em inovação no setor foram os principais responsáveis por esses resultados (GUANZIROLI; BUAINAIN; SABBATO, 2012).

Essa evolução e consolidação do agronegócio brasileiro, apresentada até agora, pode ser comprovada pela sua participação na exportação nacional que em 2009, por exemplo, correspondeu a 43% (MAPA, 2015).

Do ponto de vista do fortalecimento do agronegócio, tem-se que esse fato trouxe algumas mudanças para o cenário nacional atual. Para Teixeira et al. (2013), a necessidade de utilizar estratégias que auxiliem a enfrentar os desafios que estão por vir devem ser consideradas. Para eles, as inovações tecnológicas trazem satisfatórios benefícios a atividade.

Apesar disso, Carvalho (2009) ressalta que uma mudança, aqui entendida como algo inovador, só deve ser classificada como inovadora de fato quando chega ao mercado, considerando os riscos inerentes ao processo de difusão da mesma e por fim, gera valor.

Por outro lado, na visão de Teixeira et al. (2013), a introdução de ações inovadoras deve ser feita com vista a obter aumento significativo da produtividade local, além de

promoverem melhoria na qualidade dos produtos. Nessa discussão, pode-se inferir que a gestão da inovação trata-se de um canal na qual as organizações podem adquirir maior envolvimento no mercado com a criação de valor a partir do uso do conhecimento ligado a produção de um serviço e/ou produto diferenciado (DIEZ, 2010).

Oliveira e Basso (2014) ainda acrescentam que diversas estratégias podem ser aplicadas no intuito de desenvolver a organização diante das demais. Além disso, os autores citam a importância da inovação como fator gerador de vantagem competitiva mesmo em meio a ambientes instáveis da economia.

Assim, de acordo com Rolfstam (2013) ao utilizar a estratégia da inovação, a empresa tem a possibilidade de colocar um melhor produto disponível no mercado associado com uma produção mais eficiente em relação aos concorrentes.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme apresentado, a revisão bibliográfica objetivou analisar na literatura estudos referentes à temática da Inovação no Agronegócio, com intuito de verificar a importância da inovação e suas contribuições para o agronegócio, e como a temática tem sido discutida e apresentada no meio literário/científico.

Desta forma, observou-se por meio dos documentos do portfólio internacionais e nacionais selecionados por meio das etapas de filtragem, que é notória a importância de inovar para aqueles que desejam manter-se competitivos no ambiente comercial atualmente.

Aos atuantes no agronegócio, tal fato/experiência não foge de suas realidades. Fala-se de um setor que demanda constantemente novas tecnologias a cada safra, novas práticas sustentáveis a cada cultura, enfim, inovar desde a seleção de insumos, de tecnologias e, sobretudo, de práticas sustentáveis para garantir a contínua evolução desse segmento.

A partir das referências citadas, nota-se que, atualmente, o mercado exige dos setores a melhoria de seus processos e produtos. Essa melhora é fundamental para assegurar a sobrevivência dos empresários do agronegócio na participação efetiva em toda cadeia produtiva.

Em suma, inovar é preciso. Ou seja, o fato de inovar é tratado como uma estratégia utilizada não apenas para o aprimoramento do negócio, mas igualmente para buscar mudanças relacionadas à criação de valor dentro das cadeias de produção e nos produtos disponibilizados ao cliente final.

Ademais, a utilização de técnica de revisão da literatura na pesquisa viabilizou o processo de avaliação da produção científica sobre o tema pesquisado dentro da literatura acadêmica nacional e internacional mostrando-se um método eficaz para um posicionamento sobre o assunto Inovação. Com os resultados, foi possível analisar o grau de desenvolvimento do tema e também identificar a tendência de aplicabilidade da Inovação em segmentos como o agronegócio. Esse tópico apresenta as diretrizes gerais para os autores e as regras gerais de formatação de artigos.

6 REFERÊNCIAS

AGUIAR, R. R. S; SCAINI, L; FERNANDES, R. F; GOMES JUNIOR, W. V; VALDATI, A. B. Inovações no agronegócio, no contexto brasileiro: um levantamento bibliográfico. In: Congresso Brasileiro de Engenharia de Produção. **Anais...** CONBREPRO, Ponta Grossa, PR, 2016. Disponível em: < aprepro.org.br/conbrepro/2016/down.php?id=2093&q=> Acesso em 06 Ago. 2017.

AQUINO, J. T; CARMONA, C. U. M; GOUVEIA, R. L. A. Inovação e Agregação de Valor: um estudo das empresas mais inovadoras no Brasil. In: XXXV Encontro Nacional de Engenharia de Produção, 2015. **Anais...** ENEGEP, Fortaleza, 2015. Disponível em: <http://www.abepro.org.br/biblioteca/TN_STO_208_235_27434.pdf>. Acesso em: 08 jan. 2017.

BATALHA, M. O; CHAVES, G. L. D; SOUZA FILHO, H. M. C&T e I para a produção agropecuária brasileira: mensurando e qualificando gastos públicos. **RESR**, Piracicaba, v. 47, n. 1, p.123-146, abr. 2009.

BESSANT, J; PAVITT, K. **Gestão da Inovação**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

BITTENCOURT, B. A; SALLES, A. C; DANIEL, V. M; BARCELLOS, M. D. Inovação no agronegócio: um estudo sobre os tipos de inovação presentes na cadeia produtiva da ovinocultura no Rio Grande do Sul. **Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo**, v. 1, n. 3, p. 103-128, set-out, 2016.

BUAINAIN, A.M., ALVES, E., SILVEIRA, J.M. ZANDE, R. N. **O mundo rural no Brasil do século 21**: a formação de um novo padrão agrário e Agrícola. Brasília, DF : Embrapa. 2014.

BUCHELE, G. T; TEZA, P; DANDOLINI, G. A; SOUZA, J. A. Características da adoção de métodos, técnicas e ferramentas para inovação em organizações catarinenses. NAVUS: **Revista de Gestão e Tecnologia**. Florianópolis, SC. v.7, n.3, p. 104-112. jul./set. 2017.

CARVALHO, S. M. P; SALLES-FILHO, S. L. M; PAULINO, S. R. Propriedade Intelectual e Dinâmica de Inovação na Agricultura. **Revista Brasileira de Inovação**, Ararangua, v. 2, n. 5, p.315-340, dez. 2006.

CARVALHO, M. M. de. **Inovação: estratégias e comunidades de conhecimento**. São Paulo: Atlas, 2009.

COSTA, M. **Agronegócio: o motor da economia Brasileira e o dinamismo da economia Paranaense**. Disponível em: < <http://www.agronline.com.br/artigos/artigo.php?id=331>> Acesso em: 05 ago. 2017.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

DANTAS, L. C; OLIVEIRA, P. E. A; OLIVEIRA, A. C. S. Inovação e desenvolvimento de produtos nos micro e pequenos empreendimentos do setor moveleiro de Campina Grande-PB. In: XXXVI Encontro Nacional de Engenharia de Produção, João Pessoa-PB, 2016. **Anais... ENEGEP**, João Pessoa, 2016.

DIEZ, A. **La Gestión del conocimiento y los procesos de innovación**, **Encuentros Multidisciplinarios**. No. 36, Vol XII, 2010. p 56-64.

EFRAT, K. The direct and indirect impact of culture on innovation. **Technovation**, v. 34, n.1, p. 12-20, 2014.

ENGEL, J. F; BLACKWELL, R. D; MINIARD, P. W. **Comportamento do consumidor**. Rio de Janeiro: LTC. 2000.

FAGERBERG, J; MARTIN, B. R; ANDERSEN, E. S. (Ed.). **Innovation studies: evolution and future challenges**. Oxford University Press, 2013.

FOSSAS-OLALLA, M. et al. Product innovation: When should suppliers begin to collaborate? **Journal of Business Research**, v. 68, n. 7, p. 1404-1406, 2015.

GARCIA, N. N. La Gestión del Conocimiento como Fuente de Innovación. **Revista Escuela de Administración de Negócios**, n. 61, p. 77-87, 2007.

GASQUES, J; REZENDE, G. C; VERDE, C. M. V; SALERMO, M. S; CONCEIÇÃO, J. C. P. R; SOUZA, J. C. **Desempenho e Crescimento do Agronegócio no Brasil**. Instituto de Economia Aplicada (IPEA). Brasília, 43p. 2004.

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GUANZIROLI, C. H; BUAINAIN, A. M; DI SABBATO, A. Dez anos de evolução da agricultura familiar no Brasil: (1996 e 2006). **Revista de Economia e Sociologia Rural**. Piracicaba-SP, v. 50, n. 2, p. 351-370, abr./jun. 2012.

HAGE, J. T. **Organizational innovation and organizational change**. Annual review of sociology, 597-622. 1999.

JANSEN, K; VELLEMA, S. **Agribusiness and society: Corporate responses to environmentalism, market opportunities and public regulation**. London: Zed Books Ltd. 2004.

JUNIOR, I. R. M; L., C. E. L., OGLIARI, A; DIAS, A; GEISLER, L. **Importância, definições e modelos de inovação.** In Eliza C. et al. (Ed.) *Gestão integrada da inovação: estratégia, organização e desenvolvimento de produtos.* São Paulo: Atlas. 2009.

MACULAN, A. M. **Capacitação tecnológica e inovação nas empresas brasileiras:** balanço e perspectivas. Cadernos EBAPE.BR - Edição Especial 2005.

MARCONI, M. A; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MARQUES, H. R. et al. Monitoramento tecnológico: estudo de uma propriedade intelectual da Universidade Federal de Viçosa. **Revista Cereus**, v. 6, n. 1, p. 105-124, 2014.

MARTINS, P. S; PLONSKI, G. A; ALVES, L. H. D. Gestão da Inovação: uma análise da utilização de ferramentas pelas empresas. In XV Congresso Latino-Iberoamericana de Gestão Tecnológica ALTEC 2013, Porto, 2013. **Anais do XV Congresso Latino-Iberoamericana de Gestão Tecnológica ALTEC 2013.** Porto, 2013.

MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. **Plano Agrícola e Pecuário 2011- 2012** / Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Secretaria de Política Agrícola. – Brasília: Mapa/SPA, pág. 92. ISSN 1982-4033, 2011.

MOLLO, M.N; VENDRAMETTO, O; OKANO, M.T. Precision Livestock Tools to Improve Products and Processes in Broiler Production: A Review. **Brazilian Journal Of Poultry Science**, São Paulo, v. 11, n. 4, p.211- 218, dez. 2009.

MORSCHER, E. L. et al. A influência da cultura organizacional no processo de inovação: o caso da águia sistemas de armazenagem em ponta grossa, Paraná. **RAI**, v. 10, n. 2, p. 219-237, 2013.

OLIVEIRA, J. N; CÂNDIDO, G. A. Características e Práticas Gerenciais de Empresas Inovadoras: Um Estudo de Caso numa Empresa do Setor Têxtil do Estado da Paraíba. Trabalho apresentado no **XXV Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica**, 2008. Disponível em: <http://www.anpad.org.br/diversos/trabalhos/Simp%C3%B3sio/simpósio_2008/2008_SIMPO_SIO101.pdf>. Acesso em: 11 dez. 2016.

OLIVEIRA, J. A. S; BASSO, L. O papel da inovação na criação de valor no Brasil. In: Seminários em Administração, 17, 2014, São Paulo, **Anais...**São Paulo: USP, 2014, p. 1-13. Disponível em: <<http://sistema.semead.com.br/17semead/resultado/trabalhosPDF/358.pdf>> Acesso em 26 agosto de 2017.

OLIVEIRA, R. O; SPERSE, E. **Utilização de Estratégias de Branding em Commodities Agropecuárias:** Uma Revisão da Literatura e Proposições de Pesquisa. VII Congresso de Administração da ESPM - São Paulo, 13 e 14 de outubro de 2010.

PACHECO, A. M; SANTOS, I. R. C; HAMZÉ, A. L; MARIANO, R. S. G; SILVA, T. F; ZAPPA, V. A importância do agronegócio para o Brasil – revisão de literatura. **Revista Científica Eletrônica de Medicina Veterinária** – ISSN: 1679-7353 Ano X – Número 19 – Julho de 2012.

PORTAL GESTÃO NO CAMPO. **Conceito de Agronegócio**. Disponível em:
<<http://www.gestaonocampo.com.br/conceito-de-agronegocio/>>. Acesso em: 20 dez. 2016.

ROLFSTAM, M. **Public Procurement and innovation: the role of institutions**. Edward Elgar, Cheltenham, Uk, 2013.

SANTOS, M. A; FILHO, J. E. R. V. **O agronegócio brasileiro e o desenvolvimento sustentável**. Repositório do conhecimento (IPEA). Ano 13 . Edição 87: 2016.

SCHUMPETER, J. A. **Capitalismo, Socialismo e Democracia**. Rio de Janeiro: Editora Fundo de Cultura. 1961.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico**. São Paulo: Abril Cultural. 1982.

SCHUMPETER, J. A. **A teoria do desenvolvimento econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1988.

SEVERO, L. S; SILVA, E. M. Sistema stanislavski: o processo criativo nas organizações. **Revista de Ciências da Administração**, Florianópolis, v. 8, n. 15, p.15-17, jan/jun, 2006.

TEIXEIRA, I. A. M. et al. Inovações tecnológicas na caprinocultura. **Rev. Bras. Saúde Prod. Anim.**, Salvador, v. 14, n. 1, p.104-120, mar. 2013.

TIDD, J; BESSANT, J; PAVITT, K. **Gestão da Inovação**. São Paulo: Bookman. 2005.

TIGRE, P. B. **Gestão da Inovação: A Economia da Tecnologia no Brasil**. Rio de Janeiro: Elsevier. 2006.

WILKINSON, J. Transformações e perspectivas dos agronegócios brasileiros. **Revista Brasileira de Zootecnia**, Rio de Janeiro, v. 39, n. 1, p.26-34, jan. 2010.